Pascal Davi
Illustrations de Gabs

Les 51 meilleures pratiques commerciales

S'armer des techniques de vente
et savoir-faire les plus efficaces pour dépasser
ses objectifs et satisfaire ses clients

© Groupe Eyrolles, 2008
ISBN : 978-2-212-54186-1

EYROLLES
Éditions d'Organisation

Sommaire

Introduction 7
Mode d'emploi de l'ouvrage 8
Fiche d'auto-évaluation 10

1. Les techniques de vente d'observation
Intégrer le maximum d'informations professionnelles clés
Pratique 1 - Le vol de l'aigle 18
Pratique 2 - Le 360° 19
Pratique 3 - Le focus documentaire 20
Pratique 4 - L'esprit client 21
Pratique 5 - La mise à jour des informations 22
Pratique 6 - Les jeux de rôles 23

2. Les techniques de vente de prise de contact et de prise de congé
Donner envie à ses clients de poursuivre la relation
Pratique 7 - Les 4 x 20 27
Pratique 8 - La carte de visite 28
Pratique 9 - La CAF 29
Pratique 10 - La prise de rendez-vous 30
Pratique 11 - L'approche « flash » 31
Pratique 12 - La présentation 32
Pratique 13 - Le prochain jalon 33

3. Les techniques de vente de communication ou de découverte
Construire une histoire
Pratique 14 - L'écoute active 38
Pratique 15 - La reformulation 39
Pratique 16 - Savoir questionner 40
Pratique 17 - Le feed-back 41
Pratique 18 - La recommandation active 42
Pratique 19 - Le miroir client 43
Pratique 20 - Le principe de prévention 44
Pratique 21 - Les leviers de consolidation 45

4. Les techniques de vente de présentation
Se donner tous les atouts d'une argumentation réussie
Pratique 22 - La technique CAB 49
Pratique 23 - Le coussin de référence 50
Pratique 24 - Les « figures in pad » 51
Pratique 25 - La mise en garde 53

© Groupe Eyrolles

Pratique 26 - Le support argumentaire 54
Pratique 27 - L'échantillon 55
Pratique 28 - La mise en main 56
Pratique 29 - La démonstration 57
Pratique 30 - L'essai 58
Pratique 31 - Le « oui » de contrôle ou de confirmation 59

5. Les techniques de vente de réponses aux objections

Lever les doutes, rassurer et convaincre à nouveau

Pratique 32 - Le processus d'élimination 64
Pratique 33 - La « fausse barbe » 65
Pratique 34 - Rester de glace 66
Pratique 35 - Le demi-Nelson 67
Pratique 36 - Laisser l'objection s'affaiblir 68
Pratique 37 - Multiplier, diviser, soustraire, additionner (x / : / – / +) 69
Pratique 38 - Minimiser ses prix 70
Pratique 39 - Transformer l'objection en question 71

6. Les techniques de vente de conclusion

Garantir la négociation et valider la vente

Pratique 40 - L'alternative 75
Pratique 41 - Le silence 76
Pratique 42 - Le duc de Wellington 77
Pratique 43 - Le témoignage client 78
Pratique 44 - La phrase de conclusion 79
Pratique 45 - La vente « manquée » 80
Pratique 46 - Le bon de commande 81

7. Les techniques de vente d'analyse et d'évaluation

Prendre le temps d'évaluer son action

Pratique 47 - La revue de check-list 86
Pratique 48 - Les 5 P ou la règle des 5 « pourquoi ? » 87
Pratique 49 - L'auto-évaluation des 7 phases de l'entretien 89
Pratique 50 - L'analyse des prévisions 90
Pratique 51 - Le baromètre de satisfaction 91

Conclusion 92
Remerciements 94
Bibliographie orientée 95

© Groupe Eyrolles